

перекручення інформації про діяльність конкурентів може створити у керівників готельних підприємств необгрунтовану думку про переваги над конкурентами, привести до самозаспокоєння та послаблення зусиль, що пов'язані з підтримкою необхідного рівня конкурентних переваг. Тому, для отримання коректних результатів необхідно підсилення стратегічного потенціалу підприємства, здатності до макроекономічного аналізу ситуації в країні та за її межами, здатності до аналізу економічної кон'юнктури ринків готельних послуг.

Загалом місія, принципи та філософія діяльності підприємств гостинності залишаються незмінними протягом тривалого періоду часу, проте стратегічні ресурси змінюються й переглядаються, це забезпечує готелям гнучкість і переваги в конкурентній боротьбі. Запорукою успіху виступають ключові компетенції, що створені підприємством протягом усього періоду його діяльності. Дієвість та ефективність ключових компетенцій безпосередньо залежить від досвіду, мотивації та професіоналізму працівників індустрії гостинності.

1. Стратегічний менеджмент: Підручник/ І.М. Писаревський, О.М.Тищенко, М.М. Поколюдна, Н.Б. Петрова; ред.Аляб'єв; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 289 с.

ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА ГОТЕЛІВ

Колисниченко Д.О.

Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент

В останні десятиліття одним з найважливіших факторів, що впливає на розвиток економіки, стала концепція сталого розвитку. Під цим поняттям треба розуміти розвиток суспільства, при якому поліпшуються умови життя людини, а вплив на навколишнє середовище залишається в межах господарської ємності біосфери, так що не руйнується природна основа функціонування людства.

Готелі, особливо великі, з метою забезпечення високого рівня сервісу і якості обслуговування споживають значну кількість ресурсів. Крім споживання води, електроенергії та утворення відходів, у функціонуванні готелів використовують велику кількість хімічних речовин й індивідуальних предметів споживання. Тому в усьому світі активно впроваджують стандарти екологічної безпеки готелів, елементи «зеленого бізнесу».

Під поняттям «зелений бізнес» маються на увазі «еко-готелі». Цей термін використовується для позначення засобу розміщення у якому впроваджують заходи щодо збереження навколишнього середовища, мінімізації негативного впливу на нього.

До основних цілей «еко-готелю» можна віднести:

- збереження та захист навколишнього середовища;
- поліпшення економічного та культурного добробуту місцевого населення;
- розширення та збагачення досвіду туристів;
- мінімізацію й утилізацію відходів тощо.

Серед переваг впровадження стандартів екологічної безпеки, можна зазначити такі:

1. Грамотна екологічна політика в готелях призводить до економії коштів. Наприклад, у готелі Holiday Inn в Торонто на початку 2000-х років встановлення змішувачів низького тиску і аераторів для душових кабін дозволило за рік заощадили близько 13,5 тис. дол. США. Деякі готелі пропонують гостям самостійно обирати, наприклад, коли змінити рушники, що дозволяє істотно зекономити на пральних порошках і, як наслідок, скоротити витрати та негативний вплив на навколишнє середовище.

2. Екологічні програми є ефективним засобом підвищення мотивації персоналу. У компанії з'являється можливість перерозподіляти зекономлені кошти на заохочувальні виплати працівникам. Співробітник, усвідомлюючи, що від успішної реалізації «зеленої» програми залежить розмір його особистої винагороди, буде прагнути до якісного виконання своєї частини роботи по досягненню мети.

3. Підвищення лояльності клієнтів. За останню чверть століття спостерігається зміна у вимогах мандрівників, багато з яких звертають увагу на питання екологічної безпеки в готелі. Для деяких гостей готель, у якому пляшки, банки і папір відправляються на переробку, в ресторані якого подається їжа з органічних продуктів, а для трансферу використовується екологічний транспорт, має безперечні переваги.

4. Мінімізація ризиків. Традиційно стратегія управління ризиками в готелях концентрувалася на безпеці та охороні здоров'я – контролі якості продуктів харчування і води, боротьбі з шкідниками, пожежній безпеці, захисті від стихійних лих, профілактиці спалахів захворювань тощо. Цей перелік можна доповнити ще і екологічними проблемами – зменшення забруднення води і ґрунтів; зниження навантаження на атмосферу, рівня шуму; ведення готельним підприємством природоохоронної діяльності; впровадження грамотної політики щодо поводження з відходами.

Екологічною сертифікацією підприємств готельного господарства в Україні найактивніше займається міжнародна недержавна, незалежна організація Foundation for Environmental Education (Данія). Про-

грама Green Key є одним із п'яти її проектів і забезпечує неупереджене та незалежне оцінювання.

Для отримання «зеленого ключа» готель повинен дотримуватися низки вимог щодо питань екологічного менеджменту, моніторингу та економного споживання електроенергії, водних ресурсів, сортування, переробки й утилізації відходів, участі у соціальному житті міста. Значною перевагою еко-сертифікації Green Key є наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, працівників і постачальників готелю.

Серед засобів розміщення України, які отримали еко-сертифікат Green Key є такі: м. Київ – «Redisson Blu Hotel Kiev», Maison Blanche; Rus Accord Hotel; Баккара Арт-готель; м. Львів – Reikartz Dworzec Lviv; Reikartz Medievale Lviv; Дністер Прем'єр Готель; місто Миколаїв – Reikartz Рівер Миколаїв; м. Запоріжжя – Reikartz Запоріжжя; м. Дніпро – Reikartz Дніпро; м. Харків – Reikartz Харків.

Безумовно, велика кількість гостей обирають готель орієнтований на місце його розташування, зручність, обслуговування, наявну інфраструктуру, але реалізація екологічних ініціатив є додатковою конкурентною перевагою.

АНІМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ В ТУРИЗМІ

Альошина Т.С.

Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент

Поняття «анімація» вперше з'явилося на початку ХХ ст. у Франції й етимологічно походить від латинського «anima» – вітер, повітря, душа та animatus – одухотворення), означає насагу, стимулювання життєвих сил, залучення до активності.

Туризм – це активний, тимчасовий виїзд особи в інше місце, країну для відпочинку, в оздоровчих цілях або з іншою метою. Забезпечення туристу комфортних умов є головним завданням анімаційного обслуговування.

Анімація – це своєрідна послуга, яка має на меті підвищення якості обслуговування; це своєрідна форма реклами, повторного залучення гостей і їх знайомих, яка має на меті просування туристичного продукту на ринку з метою підвищення прибутковості туристичного бізнесу.

Туристська анімація за критерієм важливості, пріоритетності та обсягу анімаційних програм у загальній програмі подорожі поділяється на три основних типи: